العيد الذهبي لجامعة حلب

1958-2008

ندوة التجارة الالكترونية

كلية الحقوق في جامعة حلب 16-2008/12/17

محاضرة بعنوان

أساسيات ومفاهيم في التجارة الالكترونية

الدكتور

عبد الرزاق عمر جاجان

رئيس قسم القانون التجاري

مخطط محاضرة: أساسيات ومفاهيم في التجارة الإلكترونية

المقدمة

المبحث الأول: ماهية التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: تطور التجارة الإلكترونية.

أولاً- التعريف بالتجارة الإلكترونية وأهميتها:

أ- التعريف بالتجارة الإلكترونية.

ب-أهمية التجارة الإلكترونية.

ثانياً- تاريخ التجارة الإلكترونية:

أ-لمحة عن تاريخ تكنولوجيا الاتصالات.

ب- مراحل ظهور التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني: مقومات التجارة الإلكترونية:

أولاً- عناصر التجارة الإلكترونية وأدواتها:

أ- التجهيزات اللازمة للتجارة الإلكترونية.

ب-التقنيات الإلكترونية.

ثانياً- إنشاء موقع تجارة إلكترونية (المتجر الافتراضي):

أ-تعريف المتجر الإلكتروني (افتراضي).

ب- تكوين المتجر الإلكتروني.

المبحث الثاني: أشكال التجارة الالكترونية

المطلب الأول – العقود والتصرفات الالكترونية

أولاً- البيوع الالكترونية:

أ- بيع البضائع

ب- بيع الأسهم

ثانياً- المصارف الالكترونية:

أ- التحول المصرفي

ب- البطاقات الالكترونية

المطلب الثاني: الخدمات والتسهيلات الالكترونية

أولاً- الترويج والنشر الالكترونية:

أ- الإعلان التجاري

ب- النشر الالكتروني

ثانياً- تقديم الخدمات:

أ- التحكم الالكتروني

ب- تبادل البيانات

- الخاتمة

أساسيات ومفاهيم في التجارة الإلكترونية

المحامي الدكتور عبد الرزاق جاجان

رئيس قسم القانون التجاري في كلية الحقوق بجامعة حلب

المقدمة:

شهد العالم مؤخراً ثورة عارمة في التكنولوجيا وخاصة في وسائل الاتصالات وتداول المعلومات.

وقد ساهمت ثورة تقنية الاتصالات في تكوين وتكريس مفهوم العولمة عموماً وتطوير التعامل الاقتصادي العالمي بصورة خاصة [1].

ولأن التجارة من أهم التعاملات الاقتصادية فقد تأثرت بشكل واضح بتقنيات الاتصال الحديثة والأساليب الإلكترونية واستثمرتها بصورة كبيرة فظهر ما يسمى بالتجارة الإلكترونية وهي بالفرنسية Electronic Commerce وبالإنكليزية Electronic Trade

سنحاول تسليط الضوء بصورة موجزة على ماهية التجارة الإلكترونية (المبحث الأول) ثم نستعرض أهم صور وأشكال هذه التجارة (المبحث الثاني).

المبحث الأول
ماهيةالتجارة الإلكترونية

إن شبكة الإنترنت التي نمت بصورة خيالية أدت إلى اختصار عامليّ المسافة والزمن للحصول على المعلومات وللاتصال بالآخرين [2].

وقد أدرك التجار أهمية شبكة الإنترنت العالمية لبيع بضائعهم أو تقديم خدماتهم لما يتوقعونه من تزايد في عدد الزبائن إلى درجة كبيرة وإبرام عقود أكثر من الحدّ الطبيعي إذا ما قورنت بالزبائن المحتملين الذين قد يطلعون على الإعلانات في الصحف أو يقومون بزيارة المتاجر.

ولكي نتعرف على مقومات التجارة الإلكترونية (المطلب الثاني) لا بد من تتبع تطورها وأهميتها قبل ذلك (المطلب الأول).

المطلب الأول: تطور التجارة الإلكترونية:

سنعرض التعاريف المتنوعة للتجارة الإلكترونية وأهمية هذه التجارة (أولاً) ثم نتتبع تاريخ نشوئها (ثانياً)

أولاً- التعريف بالتجارة الإلكترونية وأهميتها:

أ -التعريف بالتجارة الإلكترونية:

يمكن القول أن ظهور الإنترنت والتجارة عبرها جعلت السوق المحلية جزءاً من السوق العالمية ،وقد ظهرت تعريفات كثيرة للتجارة الإلكترونية فقهاً وتشريعاً.

١ -التعاريف الفقهية للتجارة الإلكترونية:

تقوم التجارة التقليدية على الورقيات والطرق اليدوية في التسليم، في حين تقوم التجارة الإلكترونية على استخدام الوسائل الإلكترونية كالهواتف العادية أو المحمولة أو عن طريق الإنترنت وهي في تطور دائم ومستمر (3).

وتعدد تعريفات التجارة الإلكترونية حسب الرؤى والعناصر التي يرتكز عليها صاحب التعريف ، والوصول إلى تعريف جامع مانع ليس أمراً سهلاً ويتطلب الإلمام بعناصر التجارة الإلكترونية وخصائصها مع الإشارة إلى أن مصطلح التجارة الإلكترونية هو من المصطلحات الحديثة في علميّ الاقتصاد والقانون ويبدو أنه لم يتبلور بصورة نهائية بعد.

يطلق البعض مصطلح التجارة الإلكترونية على " جميع العمليات التجارية التي تعتمد على المعالجة الإلكترونية ونقل البيانات " (4).

وعرّفها البعض بأنها: " العمليات التجارية التبادلية التي تتم باستعمال الوسائل الإلكترونية " (5).

ويعرفها آخرون بأنها: " عملية بيع وشراء السلع والخدمات باستخدام وسائل الاتصال الإلكترونية بشكل عام وشبكة الإنترنت بشكل خاص " (6).

٢ -التعاريف التشريعية للتجارة الإلكترونية:

مع ازدياد نمو التجارة الإلكترونية على مستوى العالم واعتمادها كنمط جديد من أنماط العلاقات التجارية، ظهرت الحاجة لإيجاد إطار قانوني يتماشى مع الطبيعة العالمية للتجارة الإلكترونية (7).

وقد اعتمدت لجنة الأمم المتحدة لقانون التجارة الدولية UNCITRAL في دورتها التاسعة والعشرين قانوناً نموذجياً عام 1996 بشأن التجارة الإلكترونية (8).

وقد حددت المادة الأولى منه نطاق تطبيقه حيث نصت على أنه: " ينطبق هذا القانون على أي نوع من المعلومات يكون في شكل رسالة بيانات مستخدمة في سياق أنشطة تجارية ".

وهنا تفسر الأنشطة التجارية تفسيراً موسعاً لتشمل العلاقات التعاقدية وغيرها كتوريد أو تبادل السلع أو الخدمات أو التمثيل التجاري والوكالات التجارية والإيجار والتشييد والخدمات الاستشارية والاستثمار والتمويل والأعمال المصرفية والتأمين والنقل ... (9).

وبتحري النصوص لا نجد تعريفاً محدداً للتجارة الإلكترونية لكن المادة الثانية من القانون النموذجي عرفت أهم مصطلحات التجارة الإلكترونية (رسالة البيانات – تبادل البيانات – منشئ رسالة البيانات – المرسل إليه – الوسيط – نظام المعلومات).

أما المشرّع اللبناني في قانون المعاملات الإلكترونية فقد توسع في تعريف المصطلحات حيث أدرج في المادة الثانية منه واحداً وخمسين مصطلحاً متعلقاً بالمعاملات الإلكترونية، وقد عرفت الفقرة أربعين منها المعاملات الإلكترونية عموماً بأنها: " أي تعامل أو عقد أو اتفاقية يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بواسطة المراسلات الإلكترونية ".

ثم عرَّفت الفقرة 42 التجارة الإلكترونية بأنها: " المعاملات التجارية وعمليات الشراء والبيع والعمليات المالية التي تتم بواسطة المراسلات والعقود الإلكترونية عموماً عبر شبكة الإنترنت " (10).

أما القانون التونسي رقم 83 تاريخ 2000/8/9 الخاص بالمبادلات والتجارة الإلكترونية فقد عرّف التجارة الإلكترونية في المادة الثانية منه بأنها: " العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية".

وقد تعرَّضت المادة ذاتها للتعريف بأهم مصطلحات التجارة الإلكترونية مثل (المبادلات الإلكترونية (11) وشهادة المصادقة الإلكترونية ومزوّد خدمات المصادقة الإلكترونية والتشفير ووسيلة الدفع الإلكترونية وغيرها ...).

وقانون المعاملات الإلكترونية الأردني رقم 85 لعام 2001 لم يركز على التجارة الإلكترونية أو يعرِّفها، بل جاءت المادة الثانية منه لتعرِّف بالمعاملات الإلكترونية عندما نصت على أنها: " المعاملات التي تنفَّذ بوسائل إلكترونية "، وبنفس المادة تمَّ تعريف الكثير من المصطلحات المتعلقة بالمعاملات الإلكترونية سنقف على بعضها لتعلقها بالتجارة الإلكترونية مباشرة:

- المعاملات: هي " إجراء أو مجموعة من إجراءات يتم بين طرفين أو أكثر لإنشاء التزامات على طرف واحد أو التزامات تبادلية بين أكثر من طرف ويتعلق بعمل تجاري أو التزام مدني أو بعلاقة مع أي دائرة حكومية ".

- الإلكتروني : ويعني : " تقنية استخدام وسائل كهربائية أو مغناطيسية أو ضوئية أو إلكترومغناطيسية أو أي وسائل مشابهة في تبادل المعلومات وتخزينها ".

- الوسيط الإلكتروني: " برنامج الحاسوب أو أية وسيلة إلكترونية تستعمل من أجل تنفيذ إجراء أو استجابة لإجراء بقصد إنشاء أو إرسال أو تسلّم رسالة معلومات دون تدخل شخصي ".

- تبادل البيانات الإلكترونية: " هو نقل المعلومات إلكترونياً من شخص إلى آخر باستخدام نظم معالجة المعلومات ".

وأيضاً صدر قانون إمارة دبي رقم 2 لعام 2002 بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية مقتبساً كباقي التشريعات من قانون أونسترال النموذجي ، فتعرّضت المادة الثانية منه لأهم مصطلحات المعاملات الإلكترونية.

<u>وسنعرض بعضاً منها:</u>

- التجارة الإلكترونية: هي " المعاملات التجارية التي تتم بواسطة المراسلات الإلكترونية".
- المراسلة الإلكترونية: هي " إرسال واستلام الرسائل الإلكترونية".
- الرسالة الإلكترونية: هي " معلومات إلكترونية ترسل أو تستلم بوسائل إلكترونية أيّاً كانت وسيلة استخراجها في المكان المستلمة فيه ".
- المعاملات الإلكترونية المؤتمتة: هي " معاملات يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بواسطة وسائل أو سجلات إلكترونية ... ".

بتصفح التعاريف السابقة نلاحظ عدة اتجاهات في التعريف:
١ -اتجاه مضيّق: يركز على أنشطة البيع والشراء وتقديم الخدمات عبر شبكة الإنترنت.
٢ -اتجاه موسّع: يشمل كل الأعمال الإلكترونية التي تتم على شبكة الإنترنت أو باقي الوسائط الإلكترونية.
٣ -اتجاه مخصّص: لا يكتفي بمفهوم عام للتجارة الإلكترونية، بل يتغير باختلاف النشاط (سلع - خدمات - اتصالات).

وبصورة عامة لم يتبلور حتى الآن تعريف جامع ومانع للتجارة الإلكترونية.

ب -أهمية التجارة الإلكترونية:

الهدف من ترويج التجارة الإلكترونية ونشرها محلياً ودولياً هو استثمار التطور التقني للاتصالات في خدمة التجارة وعلى المدى البعيد إحلال وسائل التقنية الحديثة في المعاملات التجارية مكان الطرق التقليدية.

وتبرز أهمية التجارة الإلكترونية وتنشيطها في الأمور الآتية:
١ -تحقيق سرعة أكبر في إنجاز الصفقات والمعاملات التجارية.
٢ -سهولة في إجراء التبادلات التجارية وإزالة العوائق أمام التجارة الوطنية والدولية وعولمة الاقتصاد.
٣ -تسويق أكثر فعالية وبأرباح أكبر.
٤ -تخفيض المصاريف وتوفير الجهد وعدم الحاجة للانتقال أو تلاقي الأطراف مما يؤدي لخفض الأسعار.
٥ -سرعة وسهولة نشر المعلومات التجارية وتوزيعها.
٦ -القدرة على تحليل الأسواق والاستجابة لتغيُّر متطلبات المستهلكين وتبادل الخبرات.
٧ -تقديم خدمات للزبائن على مدار الساعة.
٨ -خلق العديد من فرص العمل الحر [12].
٩ -تقريب المسافات الجغرافية، فالزبائن في أي مكان في العالم يمكنهم التسوق من أي مخزن تجاري [13].

ثانياً- تاريخ التجارة الإلكترونية:

قبل الحديث عن مراحل تطور التجارة الإلكترونية سنعرض بإيجاز تاريخ تكنولوجيا الاتصالات.

أ -لمحة عن تاريخ تكنولوجيا الاتصالات:

لقد مضى وقت طويل على اكتشاف الراديو والهاتف اللاسلكي وكان ذلك في وقته من الأحداث التي تثير الدهشة أكثر من اكتشاف التلفزة والهاتف الخليوي والانترنت في الوقت الحالي.

ولضيق الوقت سنركز على تاريخ شبكة الإنترنت والحاسوب:
١ -الحاسوب Computer: " هو جهاز إلكتروني يقوم بتسهيل وتسريع مختلف مراحل معالجة المعلومات ".

ويتكون الحاسوب من مكونات مادية وبرمجيات:

- المكونات المادية Hardware: وتشمل البطاقات الإلكترونية وأجهزة الاتصال (لوحة المفاتيح – الشاشة – الفأرة – بوابات الاتصال على الأجهزة الأخرى كالطابعة وشبكة الاتصال).

- البرمجيات Software: وهي سلسلة من التعليمات والعمليات الحسابية والمنطقية تحدد مهمة الحاسوب كأنظمة التشغيل Windows + DOS بالإضافة إلى التطبيقات التي يستخدمها المستثمر لإنجاز المهام المطلوبة (مثل تحرير النصوص أو القيام بالحسابات ... [14]).

ولن نرجع كثيراً في تاريخ ظهور الحواسيب إلا أن عام 1642م كان مفصلياً عندما صمّم العالم الفرنسي باسكال Blaise PASCAL آلة حاسبة ميكانيكية تقوم بالجمع والطرح بواسطة المسنّنات وطوّرها العالم الألماني ليبنيز LEIBNIZ ثم الفرنسي جاكار JACQUARD (تسجيل المعلومات على بطاقة مثقبة). وفي عام 1830م ابتكر العالم الإنكليزي بابيج BABBAGE آلة تشبه الحاسوب الحالي لوجود ذاكرة تستطيع القيام بعمليات رياضية أو منطقية وقادرة على طباعة النتائج وفي عام 1880م تمكن العالم الأمريكي هوليريث HOLLERITH من تصميم آلة للإحصاء باستخدام البطاقات المثقبة وتعمل بطريقة كهروميكانيكية وأنشأ عام 1924 شركة سماها (آلات الأعمال الدولية IBM: International Business Machine) وهي من أكبر شركات الحواسيب حالياً.

وفي نهاية الثلاثينات من القرن الماضي توصّل العلماء ولأغراض عسكرية إلى أجهزة يحلّ فيها الإلكترون محل الكهرباء سميّت الحواسيب Computers.

بدءاً من تصميم العالم الأمريكي إيكن AIKEN عام 1937 للجهاز MARK1 والذي وضع في الخدمة عام 1944 وهو جهاز كهروميكانيكي ثم تمّ إدخال الصمّامات الإلكترونية المفرّغة عليه تطويراً للجهاز السابق فتمّ بناء أول حاسوب إلكتروني سمّي حاسوب إينياك ENIAC صمّمه العالمان إيكرت ECKERT وم اوكلي MAUCKLEY من جامعة بنسلفانيا الأمريكية ووضع قيد الاستثمار عام 1946 (وهو يتألف من 18000 صمّام و 500 ألف وصلة ويزن 30 طن وسرعته 32000 عملية/ثانية) فكان قفزة علمية هائلة.

وقد تمّ تصنيع حاسوبين شهيرين للقوات المسلحة الأمريكية والإنكليزية الادفاك EDVAC والإدساك EDSAC خلال الفترة 1926 – 1928 [15].

٢ -الإنترنت: كثيراً ما توصل الحواسيب فيما بينها من خلال شبكة Network وقد تطوّرت الشبكات محلياً وعالمياً وتوّجت بالشبكة العالمية المسمّاة إنترنت وهو مصطلح مكون باللغة الإنكليزية من مقطعين Inter وتعني البينية و Net وتعني الشبكة [16].

بدأت شبكة الإنترنت تجريبياً في أواخر الستينات عن طريق وكالة الأبحاث الدفاعية المتقدمة DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency)التي قامت بتطوير هذه الشبكة بربط عدد من الحواسيب البعيدة جغرافياً وسمّيت شبكة آربانت ARPANET استخدمت لتخزين وتبادل المستندات العلمية ثم تحولت إلى وسيلة شعبية للمشاركة في المعلومات وهي الآن شبكة عالمية عمومية تربط ملايين الحواسيب في العالم بعد أن كانت حكراً على الجامعات والأكاديميات [17].

وصارت شبكة الإنترنت الآن إحدى الوسائط الهامة للخدمات التجارية وهي في نمو متزايد في السنوات الأخيرة.

وتعتبر شبكة ويب Web (الشبكة العنكبوتية العالمية World Wide Web واختصاراً WWW) الجزء الأكثر شهرة وشيوعاً على شبكة الإنترنت، لأنها تتيح لنا عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة والأصوات والفيديو وتتكون من:

١ -الحواسيب الشخصية.
٢ -برنامج مستكشف Web (Netscape أو Internet Explorer)
٣ -اتصال بأحد مزودي خدمات الإنترنت وحواسب تسمى المخدمات Servers.
٤ -مبدلات Switchers لتوجيه تدفق المعلومات [18].

ب -مراحل ظهور التجارة الإلكترونية:

إن التزاوج بين اكتشاف الحواسيب وتطور شبكة الإنترنت شجّع التجار لاستثمار هذه التقنيات الحديثة لتنشيط التجارة الوطنية والدولية بآن واحد. فالرسائل البريدية والاتصالات السلكية لم تعد تلبي الحاجات التجارية، رغم أنها لم تهجر وما تزال مستخدمة في التجارة، إلا أن كبار التجار اتجهوا للتوسّع في نشاطهم جغرافياً وزيادة عدد زبائنهم من خلال التجارة الإلكترونية.

كما أن الومضة الإعلانية عن السلع والخدمات في التلفزة والإذاعة لم تعد ترضي التجار، لكلفتها العالية وقصر مدتها، فكان لا بد من البحث عن طرق أقل كلفة وأطول مدة، فكانت التجارة الرقمية Digital Commerce وسيلة جيدة لتجاوز عامليّ الزمن والمكان، فالضغط على لوحة المفاتيح يفتح للمتصفحين مساحة من المعرفة والاطّلاع على محتويات السوق العالمية أو يؤدي لعقد صفقة بالملايين بين تاجرين في دولتين مختلفتين.

وأول ظهور لمصطلح التجارة الإلكترونية كان في الولايات المتحدة وكندا للتعبير عن الأعمال التجارية وما يتعلق بها من عمليات تتم عبر وسائط إلكترونية [19].

وقد بدأت التجارة الإلكترونية في أوائل السبعينات من القرن الماضي على شكل تحويلات إلكترونية للأموال Transfers Fund Electronic بين بعض المؤسسات التجارية العملاقة وبعض الشركات.

ثم ظهر التبادل الإلكتروني للبيانات EDI الذي وسّع التجارة الإلكترونية من مجرد معاملات مالية إلى معاملات أخرى كالمصانع وتجارة التجزئة والمؤسسات الخدمية وبيع الأسهم وتذاكر السفر.

وفي تسعينيات القرن الماضي صارت شبكة الإنترنت مادة مالية وربحية وزاد انتشارها ونموها ووصلت إلى الملايين من البشر وظهر مصطلح التجارة الإلكترونية إلى النور، وازدادت التطبيقات بصورة متلاحقة وكبيرة متزامنة مع حدة التنافس بين الشركات وسرعة تطوير البرمجيات الإلكترونية والشبكات والبروتوكولات ففي عام 1992م ظهرت الشبكة العنكبوتية العالمية WWW كمروّج للسلع والخدمات فأقبل رجال الأعمال وأصحاب المؤسسات والشركات التجارية على تلك المواقع وبدأوا بإبرام الصفقات عن طريق البريد الإلكتروني ومن جهة أخرى عرض منتجاتهم وخدماتهم من خلال مواقعهم التي ينشئونها على شبكة الإنترنت.

وبعد عام 1995م ظهرت تطبيقات مبدعة في مجال الإعلان والبيع بالمزاد العلني والمواقع الافتراضية حيث أنشأت الشركات مواقع لها على الشبكة وملأتها بالمعلومات، مثلاً: شركة جنرال

موتورز لها أكثر من 18000 صفحة من المعلومات على موقعها ولها 98000 وصلة إلى منتجات الشركة وخدماتها [20].

وما زاد في الترويج الإلكتروني التنافس عام 1996م بين شركتي نت سكيب Netscape ومايكروسوفت Microsoft ومن ثم مع شركة أباتشي Apache من حيث إصدار برامج خدمة ويب رخيصة أو مجانية.

وقد تنامت التجارة الدولية بسرعة تنبئ بحجم تعامل وعوائد مذهلة في المستقبل ، ومن المؤشرات على ذلك التطور الهائل والسريع لمواقع التجارة الإلكترونية وتزايد مداخل أنشطة التسويق والخدمات على الخط On Line والبريد الإلكتروني E-mail [21].

ويتوقع البعض أن 60 % من النمو الاقتصادي الذي سيتحقق في السنوات القريبة القادمة سيكون مرجعه في المقام الأول إلى التجارة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات بصفة عامة [22].

المطلب الثاني: مقومات التجارة الإلكترونية:

يقوم الاقتصاد الرقمي Digital Economy على مرتكزين : الأول هو التجارة الإلكترونية والثاني هو تقنية المعلومات Information Technology وهي التي أدت لظهور المرتكز الأول.

فالتجارة الإلكترونية E-commerce هي تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت أو الأنظمة التقنية الشبيهة [23].

وتنقسم التجارة الإلكترونية بمفهومها الضيّق إلى قسمين:

- الأول: التسوّق الإلكتروني الذي يتمثل في تزويد العملاء أو المستهلكين بالمعلومات والبيانات التي يحتاجها لكي يعقد أو يبرم صفقة ما بشكل سليم.

- الثاني: البيوع الإلكترونية وتتمثل في البنية التكنولوجية اللازمة لتبادل البيانات وإتمام عمليات شراء وبيع السلع والخدمات عبر الإنترنت [24].

وسنتعرف على عناصر التجارة الإلكترونية وأدواتها (أولاً) قبل الحديث عن إنشاء موقع إلكتروني للتاجر (المتجر الإفتراضي) (ثانياً).

أولاً- عناصر التجارة الإلكترونية وأدواتها:

تقوم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية على ثلاث مرتكزات هي:

١ -الحاسبات.
٢ -وسائل الاتصال الحديثة.
٣ -أتمتة إدارة النشاط التجاري.

وسنعرض عناصر التجارة الإلكترونية مع التركيز خصوصاً على تجهيزاتها المادية والتقنية.

أ -التجهيزات اللازمة للتجارة الإلكترونية: وأهمها الحواسيب والشبكات:

١ -الحواسيب : وهي التي تقوم بإدخال البيانات وحفظها ومعالجتها وتصميم عرض البيانات واسترجاعها بصورة تتيح ربطها مع غيرها من الأنظمة لضمان تبادل المعلومات وانتقالها والوصول إلى نظام ومنه إلى الأنظمة الأخرى.

٢ -الشبكات: وهي التي يتم عن طريقها انتقال البيانات والمعلومات باتجاهين مختلفين من وإلى النظام.

وتشكّل الشبكات بالنسبة للتجارة الإلكترونية القاعدة التي تتدفق من خلالها المعلومات وهي أهم متطلّبات التجارة الإلكترونية وعنصراً حاسماً في نموها وازدهارها.

وبالمحصلة هي عبارة عن ربط بين الحواسب مع أدوات وبرامج مخصصة للعمل الشبكي وذلك لإتاحة التشارك فيما بينها.

وتتدفق المعلومات عبر الشبكة على شكل إشارات كهربائية يتم نقلها كحزم صغيرة بسرعات كبيرة وبدقة عالية.

وتتكون شبكة الحاسبات في أبسط أشكالها من جهازين متصلين ببعضهما بواسطة سلك ، يقومان بتبادل المعلومات والبيانات [25].

ب -التقنيات الإلكترونية: وتشمل ما يلي:

١ -البرمجيات: وهي التي تتيح لوحدة الأعمال تنفيذ التزاماتها ومساعدة الزبائن في تنفيذ التزاماتهم وتأمين حلول مناسبة بشأن أمن المعلومات وتنفيذ عمليات الدفع الإلكتروني وتقديم الخدمات على الخط مباشرة On Line.

٢ -المواقع: وتستخدم لعرض المنتجات أو الخدمات وما يتصل بها، إضافة إلى أنشطة الإعلام وآلية التسويق.

٣ -المحتوى: هو في ذاته مفردات الموقع الإلكتروني من منتجات وخدمات وما يتصل بها ضمن إطار العرض المحفز للقبول والكاشف عن قدرات الموقع التقنية والتسويقية.

ثانياً- إنشاء موقع تجارة إلكترونية (المتجر الافتراضي):

يعدّ المتجر بالمفهوم التقليدي الشكل الأقدم والشائع لجذب الزبائن، وموقع المحل التجاري له أهمية في زيادة ارتياد الناس له.

إلا أن التجارة الإلكترونية كسرت هذه المبادئ وتعدّ الاستثناء الهام إن لم نقل الوحيد، لأن التاجر الذي يملك موقعاً إلكترونياً لا يحتاج لمحل تجاري وهو صاحب (متجر افتراضي إلكتروني) ولا يملك متجراً تقليدياً. ومن خلال المتجر الإلكتروني يحاول التاجر خلق الزبونية وتطويرها [26].

إذن يمكننا أن نتخيل مستقبلاً تطغى فيه التجارة الإلكترونية تدريجياً فتصبح غالبية المتاجر إلكترونية ويتزايد عدد الزبائن الإلكترونيين على حساب ترددهم على مخزن الحي التقليدي، إذ يتصفح الزبائن المواقع على الإنترنت ويتسوقون دون حاجة إلى الذهاب إلى المتجر، وقد يتولى التاجر توصيل البضاعة إلى الزبون دون أن يلتقي به مطلقاً.

ولا يثير الغرابة قولي بأن الكثير من مواطني العالم الثالث يجهل التعامل مع الإنترنت والحواسيب بصورة متطورة، والتجار فيه جلّهم لا يعرف عن التجارة الإلكترونية شيئاً لذا لا بد من التعريف بالمتجر الإلكتروني قبل الحديث عن إنشائه.

أ -تعريف المتجر الإلكتروني (الافتراضي):

عرّفت المادة 43 ق.ت المتجر ، إذ تنص الفقرة الأولى منها على أن: " المتجر مجموعة عناصر مادية وغير مادية تهدف إلى ممارسة مهنة تجارية ".
وكما هو معروف يعدّ المتجر من المنقولات المادية رغم وجود العناصر المادية فيه، إلا أن عناصره غير المادية هي التي تمنحه القيمة الاقتصادية والقانونية وخصوصاً عنصر الاتصال بالزبائن [27].

ونتساءل هنا هل ينطبق التعريف التقليدي للمتجر على المتجر الإلكتروني أم هناك فارق بينهما ؟

أقول هنا أن الفرصة كانت سانحة للمشرّع عند إصدار قانون التجارة لعام 2007م أن يشير إلى المتجر الافتراضي عند تعريف المتجر لأنه أصبح أمراً واقعاً وبدأ ينتشر في سورية بشكل متسارع والتعامل معه سيكون حتمياً.
واعتقد أن القانون لا يمنع من تعميم التعريف الوارد في المادة 43 ق.ت وشموله للمتجر التقليدي والمتجر الافتراضي معاً رغم خصوصية هذا الأخير.

ولا شك أن المتجر الإلكتروني يختلف قليلاً في عناصره وحقيقته وطريقة ارتياده عن المتجر التقليدي فهو عبارة عن : " متجر افتراضي virtual store يتكون من خلال امتلاك موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت بهدف ممارسة مهنة تجارية (بيع وشراء للسلع والخدمات وتبادل المعلومات والأموال) ".
إذن هو شكل متطور للمتجر ويندرج في سوق إلكترونية E-market ويتعامل مع الزبائن بصورة إلكترونية أيضاً، فلا حاجة في المتجر الافتراضي الرقمي للأثاث والتجهيزات والديكور إلا إذا اعتبرنا أن التصميم الإعلاني للموقع هو شكل من الديكور لهذا المتجر (خلفية شاشة، صور متحركة، موسيقى مرافقة ...).
وهذه كلها عوامل جذب للمتصفحين من رواد الإنترنت والمهتمين.

وأهم ما يميز المتجر الإلكتروني عن المتجر التقليدي هو عالميته، لأن رواد الإنترنت هم من جميع أنحاء العالم في حين أن أغلب المتاجر التقليدية هي محلية ضمن الدولة أو فقط ضمن المدينة.

ب - تكوين المتجر الإلكتروني La Boutique Virtuelle:

لكي يمتلك التاجر موقعاً إلكترونياً ينشىء عليه متجره الافتراضي يتوجب عليه إبرام **عقد احتواء** على شبكة الإنترنت، وبموجبه يستأجر التاجر مساحة محددة على مخدِّم Server ليمارس نشاطه التجاري من خلالها [28].

وقد يقتصر التاجر في نشاطه على المتجر الإلكتروني وبصورة كلية وقد يمارس نشاطه بصورة مزدوجة (أي يملك متجراً تقليدياً ومتجراً إلكترونياً).
والمقابل للاسم التجاري أو العنوان التجاري التقليدي للمتجر يكون في المتجر الافتراضي اسم الموقع الالكتروني (اسم النطاق) وهو بالإنكليزية name domain وهو الذي يهدي الزبائن الإلكترونيين إلى محتويات موقع المتجر الافتراضي من صفحات أو برامج أو أي بيانات أخرى، لذا يتم اختياره بعناية ليعبر بوضوح عن الغرض من الموقع ونشاطه التجاري.
ويسعى التجار أن يكون اسم الموقع سهل الحفظ والكتابة ويتم تسجيله سنوياً ولمدة عشر سنوات كأقصى حدّ عبر منظمة دولية يطلق عليها اسم ICANN وعادة تباع المواقع مصحوبة بمساحة استضافة . وهذا يعني أن الموقع الإلكتروني للمتجر يضم (مساحة استضافة Host + اسم النطاق Domain).

وعنوان الموقع يسبقه الحروف المشهورة www لتؤكد أن الموقع موجود بشكل رسمي على الشبكة العنكبوتية العالمية.
وقد يقوم التاجر بشراء الموقع من خلال تصفّح مواقع **أسواق أسماء** تعرضها عادة شركات رائدة في مجال تسجيل الملكية مثلاً: موقع www.greatdomain.com ويعني موقع **(أسماء المواقع التجارية الكبرى على الإنترنت)** [29].

وطبعاً لا بد من توفير الأمان في أجهزة خدمة المواقع الإلكترونية من خلال التحصين بحائط نيران ووسائل حماية وتأمين حتى يطمئن أصحاب المواقع التجارية إلى عدم الاعتداء والقرصنة من قبل الغير.

تجتهد الشركات المتخصصة بابتكارات مستمرة وتقوم بتطويرها لزيادة الأمان والحماية وخاصة في مجال تجارة البرامج الكمبيوترية وتجارة الكتب والأعمال الفنية...
والحقيقة لا يتسع الوقت لبسط التفاصيل وسنكتفي بهذا العرض لماهية التجارة الإلكترونية وننتقل إلى استعراض لأهم صور وأشكال التجارة الإلكترونية.

المبحث الثاني

أشكال التجارة الإلكترونية

لم تقف التجارة الإلكترونية على استخدام شبكة الإنترنت بل هي في تطور مستمر سواء بالنسبة لطرق الاتصال بالإنترنت لاسلكياً أو إجراء الصفقات التجارية بواسطة الهواتف المحمولة الحديثة وإجراء المفاوضات التجارية بالصوت والصورة.

ولا تقتصر التجارة الإلكترونية على التفاوض والتعاقد (مطلب أول) بل تظهر بشكل تقديم خدمات وتسهيلات في الحياة التجارية (مطلب ثان).

المطلب الأول: العقود والتصرفات الإلكترونية:

يمكن للتجار إجراء العقود والتصرفات المتنوعة من خلال شبكة الإنترنت بمجرد النقر على لوحة المفاتيح في الحاسوب [30]. ويمكن إجراء العقود على الشبكات الحاسوبية المغلقة المستعملة في تبادل البيانات الإلكترونية [31].

ورغم أن العقد الإلكتروني لا يختلف من حيث المبدأ عن غيره من العقود من حيث أركان العقد وشروطه، إلا أن خصوصيته وتقنيات إجرائه هي التي تجعله من الأشكال الحديثة للعقود، ويمكن اعتباره تحديداً من الأشكال الحديثة للتعاقد عن بُعد أو بين غائبين (م 95 ق.م)، التي بدأت بتبادل الرسائل الورقية ثم بالهاتف العادي أو اللاسلكي ثم عن طريق الفاكس والتلكس أو التلفاز ... [31].

وهذا يؤكد أن الجديد هو في طريقة التعاقد أو طريقة التعبير عن الإرادة وليس في ذات العقد.

سنقتصر على بعض الأمثلة للعقود الإلكترونية كالبيوع (أولاً) وأعمال المصارف الإلكترونية (ثانياً).

أولاً- البيع الإلكتروني:

قد يكون البيع الإلكتروني عقداً مدنياً وقد يكون تجارياً. وقد يكون محل البيوع التجارية بضائعاً أو عقارات وقد يكون محلها أسهم الشركات وأسنادها أو غير ذلك.

أ- بيع البضائع:

لقد اهتمت المنظمات الدولية [33] والتجمعات الإقليمية [34] وحكومات الدول بسن قوانين تنظيم التجارة الإلكترونية [35] لما لها من أهمية في تطوير الاقتصاد العالمي [36].

البيع عن طريق الإنترنت يعدّ أهم فعاليات التجارة الإلكترونية، سواء من خلال التفاوض عبر المواقع حتى الوصول إلى التعاقد أو من خلال الشراء من مزاد علني عبر الإنترنت.

وبيع البضائع أسهل وأسرع من بيع العقارات عبر الإنترنت، لأن أغلب الدول تضع مراحل معقدة وإجراءات كثيرة لنقل ملكية العقارات.

ولا يتسع الوقت لعرض أشكال البيوع في محاضرة واحدة والتفصيل في هذه البيوع لذا سنكتفي بالتعرف على البيع من خلال متجر إفتراضي أو بالمزاد العلني.

1- البيع من خلال متجر إفتراضي: لقد أصبح من الممكن إجراء عقد البيع بمجرد الدخول إلى متجر افتراضي على شبكة الإنترنت ومن خلال الحاسوب حيث يتصفح الزبون محتويات المتجر ويطلع على أسعار السلع، وتتم الصفقة بالنقر على مفاتيح الحاسوب [37].

وسنترك الأمور التقنية في التعاقد للمشاركين في هذه الندوة.

2- البيع بالمزاد العلني: يعتبر البيع بالمزاد العلني عبر الإنترنت ظاهرة حديثة ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1995 على يد شركة E.Bay مما جذب إعجاب العامة.

وتعد شبكة الإنترنت هنا بمثابة (صالة مزاد علني افتراضية) وطالما أن الدخول على الشبكة مُتاح للجميع فإن ذلك يعد بمثابة العلنية المطلوبة لإجراء هذه البيوع بالنسبة للبيوع الاختيارية.

أما البيوع الجبرية فما تزال تجرى بالطريقة التقليدية للمزاد العلني وذلك عن طريق دوائر التنفيذ.

ويُعتبر المشرّع الفرنسي أول من وضع نظاماً لمسؤولية المواقع التي تقوم بإجراء البيوع بالمزاد العلني عبر الإنترنت [38].

وقد عرفت المادة 3/321 من قانون التجارة الفرنسي الجديد رقم 912 تاريخ 2000/9/18 البيع بالمزاد العلني عبر الإنترنت على النحو التالي:

" يعد بيعاً بالمزاد العلني وفقاً لأحكام هذا الفصل عرض المنقول عن طريق وكيل عن المالك وبوسائل إلكترونية، وذلك من أجل المزايدة عليه وإرساء المزاد على من يقدم أعلى سعر " [39].

وعادة تتم البيوع بواسطة شركات مرخّص لها تقوم بهذا العمل وكالة عن البائعين.

أما المادة 110 من قانون التجارة المصري لعام 1999 فتنص على أنه: " لا يجوز بيع السلع المستعملة بالمزايدة العلنية إلا بواسطة خبير مثمِّن مقيّد في السجل الخاص " (وهو سجل موجود في وزارة التموين والتجارة الداخلية).

ب- بيع الأسهم:

ظهرت تجارة الأسهم عبر الإنترنت منذ عدة سنوات، وتجاوز عدد المستثمرين عام 2005 خمسة ملايين شخص، وهذا العدد يمثل آنذاك 20 % من حصة سوق الأسهم العالمية وهو في تزايد مستمر بشكل هائل.

(وتعتبر الكويت أكثر دولة عربية تتعامل بتجارة الأسهم عبر الإنترنت)

يقوم المستثمر بإصدار أوامره عن طريق شبكة الويب ويقوم بتسيير استثماراته عبرها وهو في منزله أو مكتبه ، ويتابع أسعار أسهمه المفضلة على موقع ما ، ويراقب تنفيذ بيعه للسهم أو

شرائه بواسطة البريد الإلكتروني ويمكنه أيضاً للجوء إلى سمسار لينوب عنه في شراء وبيع هذه الأسهم[40].

1- بعض الإرشادات للتعامل مع البورصة عبر الإنترنت:

- الاهتمام بالمواقع التي تستخدم اللغة الإنكليزية: لأن أهم الدراسات والتقارير متوفرة بهذه اللغة.
- الاهتمام بكيفية قراءة التقارير الاقتصادية بشكل صحيح واتخاذ القرار المناسب في البيع أو الشراء.
- الاهتمام بالقواعد الأساسية للاستثمار (وخاصة الروّية والتعقّل) وذلك لتفادي الخسائر.
- وضع القواعد الذهبية للاستثمار نصب عيون المستثمرين (أن تعرف ماذا تشتري أو تبيع – أن تعرف على أي أسس تشتري أو تبيع – أن تعرف مستوى المخاطرة وتحددها)

2- طريقة تداول الأسهم:

قبل البدء في تجارة الأسهم يتوجب على المستثمر فتح حساب مع أحد المواقع التي توفر خدمة تجارة الأسهم ويتم ذلك بتعبئة نموذج حساب ثم إرسال شيك بالمبلغ المراد استثماره ليودع في حساب المستثمر على عنوان الشركة التي فتح الحساب لديها ثم يتسلم كلمة السر التي يقوم بالمتاجرة عبر الإنترنت فقط من خلالها.

والسمسار الذي يتعاقد المستثمر معه قد يبقى محصوراً في السمسرة وينفذ الأوامر والتوجيهات أو يمنح له المستثمر صفة وكيل بالعمولة ويفوضه بالقيام بالبيع والشراء نيابة عنه [41].

وفي واقع الأمر إن تجارة الأسهم عبر الإنترنت لها مفاهيم ومصطلحات وآليات خاصة لا مجال لعرضها هنا.

ثانياً- المصارف الإلكترونية:

دخلت الأنظمة الإلكترونية عمل المصارف في مختلف عملياته وسهلت العمل بين المصارف بشكل متصاعد ، وما زال العمل المصرفي الإلكتروني يتطور مع تطور التجارة الإلكترونية [42]. وتتم العمليات المصرفية إلكترونياً وبمنتهى السهولة كالتحويل المصرفي والصيرفة الإلكترونية والدفع أو السحب بواسطة (الشيك – الصورة) أو البطاقة الإلكترونية (أو البطاقات الممغنطة مسبقة الدفع).

أ- العمليات المصرفية الإلكترونية E-Banking:

أغلب العمليات المصرفية يمكن أن تتم بصورة إلكترونية وهو ما سهل العمل المصرفي ، خاصة وقد تمّ ربط واسع النطاق بين المصارف محلياً وعالمياً بشبكة الإنترنت أو بواسطة شبكات خاصة.

وقد ظهرت الخدمات المالية عن بعد من خلال المصارف الإلكترونية في مطلع التسعينات كتعبير شامل عن قيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالمصارف من أي مكان وبأي وقت يشاء فيه الزبون [43].

وأهم تحديات المنافسة في ميدان المصارف الإلكترونية هو أن بعض المؤسسات المالية تقدّم على الإنترنت خدمات كانت حكراً على المصارف التقليدية فأصبحت مصارف حقيقية بالنسبة للمتعاملين معها.

مثلاً: متاجر بيع الكتب التي اعتمدت على مؤسسات مالية أو مصارف تجارية لتقوم بدور الوسيط في بيع هذه الكتب باستعمال وسائل الدفع الإلكترونية وعن طريق إنشاء قواعد حسابات مصرفية خاصة بزبائنها، بل وتمنحهم تسهيلات في الدفع وتفتح لهم اعتمادات وتمنحهم بطاقات ائتمان أو بطاقات وفاء ... [44].

إلا أن الإشكالية الكبرى هنا تكمن في أمن المعلومات، خاصة بالنسبة لعمليات التحويل النقدي بأشكاله المختلفة.

والجهود حثيثة في الوصول إلى مرحلة متقدمة من أمن المعلومات على شبكة الإنترنت وتحصين المواقع من الاختراقات والقرصنة.

وقد اكتفت بعض المصارف بإنشاء مواقع تعريفية لخدماتها وفروعها، وطبعاً هذا لا يدخل في مفهوم المصارف الإلكترونية وأيضاً لا يدخل في هذا المفهوم إنشاء موقع اتصالي يشمل بالاتصال بين المصرف وزبائنه وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط On Line، لأن المصرف الإلكتروني يتمّ بإنشاء موقع تبادلي يسمح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية أو الوفاء بقيمة فواتير ... كما قلنا سابقاً.

والتحويل النقدي الإلكتروني هو من أهم عمليات المصارف الإلكترونية، لأنه يتيح نقل الدفعات المالية من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر بطريقة إلكترونية آمنة مع نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات، ولا يخفى على أحد كمية الأوراق التي تُختصر باعتماد هذه الطرق الإلكترونية بالإضافة إلى السلامة والأمان والموثوقية.

ب- البطاقات الإلكترونية و(الشيك – الصورة):

نبدأ بالحديث عن البطاقات الإلكترونية التي يمكن التعامل بها مع المصارف قبل الحديث عن (الشيك – الصورة).

<u>1- البطاقات الإلكترونية:</u>

تصدر المصارف الكثير من البطاقات المختلفة في الأشكال والغايات مثل بطاقات الاعتماد Cartes de credit [45] (وإذا كانت هذه البطاقة تخول حاملها تسهيلات غير محدودة يطلق عليها اسم البطاقة الذهبية corte d'or) أو بطاقات الضمان cartes de grantie [46] وهي بطاقات تضمن فيها المصارف الوفاء لمبالغ في حدود معينة.

وسنعرض شكلين من البطاقات الإلكترونية الأكثر استعمالاً في التعامل المصرفي.

- بطاقات السحب cartes de reteait: وهي بطاقات تخول حاملها سحب أموال نقدية من أجهزة إلكترونية موزعة في المدن (ومثالها الواضح البطاقات التي وزعها المصرف العقاري على الموظفين في سوريۃ).

وقد تكون هذه البطاقة متعددة الوظائف، إلا أنها لا تؤدي وظيفة وفاء.

- بطاقات الدفع cartes de paiement: وهذه البطاقة تخول الزبون سداد مبالغ إلى حد أقصى متفق عليه مع المصرف الذي أصدرها، وهي وسيلة وفاء بسيطة ناجعة ويفترض هنا وجود شبكة من مُسديّ الخدمات المنخرطين في خدمة الزبائن ويقبلون التعامل بهذه البطاقات [47]. وهي تختلف عن البطاقات البلاستيكية الممغنطة المدفوعة القيمة سلفاً والمعدة للدفع عبر الإنترنت أو لشراء وحدات للهواتف النقالة وغير ذلك.

2- الشيك – الصورة L'image-cheque:

هو عملية تحويل الشيك الورقي إلى صورة إلكترونية عبر الشبكة المصرفية أو عبر الإنترنت، وتنقل إلى المصرف المركزي لتتم عملية المقاصة إلكترونياً.

والصورة التقليدية للمقاصة تكون باجتماع ممثلي المصارف في ساعة محددة من كل يوم عمل في غرفة المقاصة في أحد فروع المصرف المركزي لتسوية الشيكات المدفوعة للمصارف الوسيطة.

ولكن مع التطور الحاصل للشيكات وبعد إدخال الترميز أصبح المصرف المركزي يستلم الشيكات فيدخلها إلى قارئة الرموز (رمز رقم الشيك وقيمته وبأية عملة حرر ورقم الحساب ورمز المصرف والفرع وغرفة المقاصة).

ويتم الفرز على أساس هذه الرموز في غرفة مقاصة موحدة.

ومؤخراً تم التوصل إلى المقاصة الإلكترونية التي تعتمد على المعلومات الموجودة على الحاسوب والمأخوذة بواسطة جهاز تصوير الوثائق (scaner) (يتم تصوير وجه الشيك وظهره) وتجمع المعلومات في مصارف معلومات تتضمن معطيات قانونية يمكن استرجاعها بالوسائل الإلكترونية.

وفي مرحلة أكثر تطوراً سيصبح الشيك إلكترونياً بشكل كامل، وتكون العلاقة مباشرة وعلى الخط on line بين الزبون والمصرف، وتتم المقاصة بصورة مباشرة على أنه اعتماد على حساب المصرف المركزي ودين على المصرف التجاري مثلاً، وتحت أنظار الزبون الذي يراقب عملية سحب المال من رصيده وتسجيله على حساب المصرف المركزي.

المطلب الثاني الخدمات والتسهيلات الإلكترونية

سنركز على عمليات الترويج والنشر الإلكتروني من جهة، وعلى تقديم الخدمات للتجار من جهة أخرى.

أولاً- الترويج والنشر الإلكتروني:

يمكننا الحديث عن الإعلان التجاري بوسائط إلكترونية ثم نتوقف عند عقد النشر الإلكتروني.

أ - الإعلان التجاري:

قد يكتفي التجار بفتح مواقع خاصة بهم على شبكة الإنترنت للإعلان عن سلعهم وخدماتهم أو يلجأوا إلى شركات مختصة تقوم بهذه الخدمة للتجار بتصميم هذه الإعلانات وعرضها على موقعها أو على القنوات الفضائية أو الأرضية للبث التلفزي أو الإذاعي.

وقد تنامت المواقع الإعلانية على الإنترنت بصورة مذهلة، وهي الأقل تعرضاً للقرصنة لأنها تحتوي فقط على ومضات إعلانية ومعلومات مختصرة عن البضائع والسلع، والمتصفح لمحتوى

هذه المواقع يهدف إلى التعرف على البضائع ومواصفاتها وأسعارها وعناوين البائعين وطرق الاتصال بهم.

ب- النشر الإلكتروني:
تحتوي بعض المواقع متاجراً افتراضية للكتب أو الأفلام أو الوثائق المختلفة (دور نشر افتراضية) ويمكن للمتصفحين الاتصال مع هذه المواقع وملء طلبيّة أو نماذج للحصول على بعض الكتب أو الأفلام أو البرامج الحاسوبية وغيرها بعد تسديد ثمنها.
وكثيراً ما يتوصل القراصنة إلى الشيفرة المحصّنة للموقع ويأخذوا ما يريدون من معلومات أو أفلام أو وثائق في هذه المواقع.
وبعض المواقع الخاصة تنشر كتباً إلكترونية أو أفلاماً أو كتالوجات تتيح للجميع الحصول عليها مجاناً، كشكل من أشكال الدعاية لمنتجات أصحاب الموقع.

ثانياً- تقديم الخدمات:
تتطور وتتنوع صور الخدمات التي يمكن تقديمها للتجار على شبكة الإنترنت، كالتحكيم التجاري أو تبادل البيانات بهدف تسهيل التعامل التجاري المحلي والدولي.

أ- التحكيم الإلكتروني:
ويظهر بصورة متميزة في التحكيم التجاري الدولي أي التحكيم الذي موضوعه ناشئاً عن علاقة ذات طابع اقتصادي (سواء أكانت علاقة عقدية أو غير عقدية) ويدخل فيها عنصر دولي (كاختلاف مركز عمل كل من الأطراف المتنازعة).
وفي الآونة الأخيرة أصبح التحكيم التجاري الدولي وسيلة شائعة وبشكل متزايد لحل النزاعات التجارية الدولية ، وقد أبرمت المعاهدات والاتفاقيات بشأنه ، كما صدر العديد من التشريعات التحكيمية محلياً ودولياً.

وأشهر المراكز التحكيمية عالمياً:

- مركز غرفة التجارة الدولية ICC في باريس.
- محكمة لندن للتحكيم ICIA.
- المركز الدولي لتسوية منازعات الاستثمار ICSID في واشنطن.

ومن أهم المراكز في المنطقة العربية:

- مركز القاهرة الإقليمي للتحكيم التجاري الدولي.
- مركز دبي للتحكيم الدولي.
- مركز تحكيم تونس.
- مركز التحكيم اللبناني... وغيرها من المراكز.

وقد وضعت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي UNCITRAL قانوناً نموذجياً للتحكيم عام 1985 لتدعيم التحكيم الدولي وتشجيعه [49].

ومع تطور وسائل الاتصال الحديثة ـ الفاكس والبريد الإلكتروني ـ تطور التحكيم التجاري الدولي بدءاً من إبرام عقد التحكيم عبر شبكة الإنترنت وغيرها من الوسائل الحديثة إلى إجراء التحكيم وتبادل البيانات إلى إصدار القرار التحكيمي من خلال هذه التقنيات [50].

ب- تبادل البيانات الإلكترونية Electronic Data Interchange:

تم تصميم الكثير من أنظمة المعلومات بين الشركات وغيرها من المؤسسات والمشاريع وذلك بهدف ربط عدة جهات تجارية (مثلاً بين شركة ومزوديها ومستهلكيها) بواسطتها يمكن للباعة والمشترين تنظيم وترتيب المعاملات التجارية الروتينية وتبادل المعلومات فيما بينهم من خلال شبكات الاتصال الحديثة كبديل عن الوثائق الورقية أو الهاتف العادي)

ويمكن توفير الاتصال بين الشركات بصورة آمنة، عبر ما يسمى شبكات القيمة المضافة Value-added Networks أو عن طريق الشبكة الإضافية Extra net عبر الإنترنت [51].

الخاتمة:

يمكن القول إن التجارة الإلكترونية تحقق العديد من المزايا والتسهيلات للتجارة، وقد تصبح البديل الكامل للتجارة التقليدية بالنسبة لبعض القطاعات الاقتصادية.

وهي في تطور لافت للنظر ، سواء في الأشكال أو الأساليب أو الوسائل، إلا أنها تواجه الكثير من التحديات والمشكلات القانونية من ذلك مثلاً:

1- كيفية تأكد الزبون من حقيقة وجود الموقع أو البضاعة أو الخدمة.
2- التأكد من مشروعية ما يقدمه الموقع الإلكتروني من حيث الملكية (وخاصة مشكلات الملكية الفكرية).
3- تحدّيات حماية المستهلك من الاحتيال أو المواقع الوهمية أو المحتوى غير المشروع للخدمات والمنتجات المعروضة.
4- الضرائب المقررة على عائدات التجارة الإلكترونية على الخط On Line ومعايير حسابها.
5- مشاكل التعاقد عبر الويب أو بالمراسلات على البريد الإلكتروني وخاصة مشكلة الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني في بعض الدول والتأكد من صفة المتعاقد أو وجوده.
6- مخاطر القرصنة المعلوماتية والاختراقات للمواقع.

والجهود حثيثة داخل الدول وعالمياً للتغلب على هذه المشكلات والتحديات ومكافحة القرصنة أو الفيروسات وغير ذلك.

سأكتفي بهذا العرض الموجز لأترك المجال للزملاء بالخوض في أهم جوانب ومسائل التجارة الإلكترونية وشكراً لحسن استماعكم.

هوامش البحث

1- جمال نادر ، أساسيات ومفاهيم التجارة الإلكترونية ، دار الإسراء للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2005 ، ص 5.

2- سامر نوفل ، التجارة الإلكترونية وتكييف التصرفات القانونية التي تجر ى بواسطة الإنترنت ، مجلة المحامون ، العددان 9 + 10 لعام 2000 ، ص 1027.

3- انظر، السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، 2006 ، ص 31 وما بعد.

4- باسل محمد الجبر ، مقال: " التجارة الإلكترونيةمنطقة عالمية حرة من خلال الإنترنت " ، موقع لوزارة التجارة السعودية عنوانه: www.commerce.gov.sa

5- دريد الخطيب وسليم حسنية ومروان رشيد ، التجارة الإلكترونية ، أملية لطلاب السنة الرابعة تعليم مفتوح " قسم الحاسوب " في كلية الاقتصاد بجامعة حلب ، ص 18.

6- عدنان برانبو، أبحاث في القانون وتقنية المعلومات ، شعاع للنشر والعلوم ، حلب ، طبعة غير مؤرخة ، ص 153.

7- زاهر والي ، آفاق النظام القانوني للتجارة الإلكترونية ، بحث معد لنيل دبلوم الدراسات العليا في القانون الخاص ، كلية الحقوق بجامعة حلب، 2002، ص 8 .

8- صادقت الجمعية العمومية للأمم المتحدة في الجلسة العامة رقم 85 على القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية بالقرار 162/51 تاريخ 1996/12/16 بناء على تقرير اللجنة السادسة (A / 51 / 628) .

9- هذا ما ورد في حاشية المادة الأولى من قانون الأونيسترال النموذجي للتجارة الإلكترونية.

10- انظر،محمد خالد جمال رستم ، التنظيم القانوني للتجارة والإثبات الإلكتروني في العالم،منشورات الحلبي الحقوقية، ط 1،بيروت، 2006،ص 94.

11- مصطلح المبادلات الإلكترونية ورد في تعريف التجارة الإلكترونية وتعني " المبادلات التي تتم باستعمال الوثائق الإلكترونية ". وهو مفهوم واسع إذ يتم عبر هذه المبادلات التجارة وغيرها من التعاملات.

12- مصطفى نعوس ، الجرائم الواقعة على التجارة الإلكترونية ، بحث فاز بالمرتبة الثانية في مسابقة أجرتها رابطة الحقوقيين بحلب عام 2008 بعنوان (جائزة البحث العلمي القانوني) ، ص 1+2.

13- انظر ، باسم غدير ، التجارة الإلكترونية ، محاضرات لطلاب السنة الثالثة (قسم العلوم المالية والمصرفية في كلية الاقتصاد بحلب) ، 2008 – 2009 ، ص 79 + 80.

-أيضاً، رمضان صدّيق ، الضرائب على التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة) ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2001 ، ص 24 + 25 + 26.

14- انظر ، عابد سودة ، الكمبيوتر للمبتدئ ، شعاع للنشر والعلوم،حلب،ط1، 2007 ، ص 12 وما بعد.

- أيضاً ، كتيب " المعلوماتية للجميع " إصدار الجمعية السورية للمعلوماتية ، البرنامج الوطني لنشر المعلوماتية ، 1999 ، ص 3 + 4.

15- رياض السيد وآخرون ، مبادئ الحاسوب ، منشورات وزارة التربية ، 1996 ، ط1، ص 5.

16- دريد الخطيب وحسنية ورشيد ، مرجع سابق ، ص 23.
17- انظر ، دليل التدريب على شهادة ICDL 4.0 ، إعداد الجمعية البريطانية للكمبيوتر ، ترجمة مركز التعريب والبرمجة ، منشورات الدار العربية للعلوم، بيروت ، 2004 ، ص 63 و 64.
18- نبيل كوراني،استكشاف موارد الإنترنت باستخدام INTERNET EXPLORER شعاع للنشر والعلوم ، حلب ، ط 1 ، 2003 ، ص 9.
-أيضاً، عابد سودة ، مرجع سابق ، ص207 وما بعد.
19- انظر ، رمضان صديق ، مرجع سابق ، ص 18 وما بعد.
20- انظر ، دريد الخطيب وحسنية ورشيد ، مرجع سابق ، ص 23.
21- الخطيب وحسنية ورشيد ، نفس المرجع ، ص 24 وما بعد.
22-أسامة أبو الحسن مجاهد ، التعاقد عبر الإنترنت ، دار الكتب القانونية ، المحلّة الكبرى ، 2002 ، ص 12.
23- الخطيب وحسنية ورشيد ، مرجع سابق ، ص 28.
24- مصطفى نعوس ، مرجع سابق،ص 2.
25- كتيب بعنوان " أساسيات التجارة الإلكترونية " معد في إطار البرنامج المتكامل في إدارة الأعمال ، قسم التدريب الإداري ، ص 17 + 18.
26- انظر ، عمر فارس ، الأشكال الجديدة للتوزيع وتشريع الإيجارات التجارية ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة كليرمون بفرنسا ، 2004 ، نسخة مترجمة إلى العربية عام 2008 ، ص 93 وما بعد.
27- انظر ، عبد الرزاق جاجان ، المتجر بمعناه القانوني ، مجلة بحوث جامعة حلب ، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية ، العدد 38 لعام 2004.
28- يطلق البعض على هذا العقد اسم (عقد مشاركة) لأن المتجر الافتراضي يصبح مشاركاً في المركز التجاري الافتراضي حيث يقابل المركز التجاري التقليدي الذي يجمع العديد من التجار في مجمع واحد .
-انظر، أسامة مجاهد ، التعاقد عبر الإنترنت،مرجع سابق،ص 59.
29- انظر ، الخطيب وحسنية ورشيد ، مرجع سابق ، ص 67 وما بعد.
30- انظر ، عدنان غسان برانبو ، انتبه ... فالنقر يعني الالتزام ، مجلة المحامون 2008 ، العدد 5 + 6 ، ص 674.
31- انظر ، أمجد دخل الله ، العقود الإلكترونية ، مجلة المحامون 2004 ، العددان 9 + 10 ، ص 835.
32- هاني الطويل، النظام القانوني للتجارة الإلكترونية (العقد الإلكتروني وإثباته) ، بحث معد لنيل الدبلوم في القانون الخاص ، كلية الحقوق بحلب 2003 ، ص 24 وما بعد.
33- أقرت لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي UNICITRAL قانوناً نموذجياً للتجارة الإلكترونية صدر في 1996/12/16 ، كما اهتمّت منظمة التجارة العالمية WOT وغرفة التجارة الدولية بباريس ICC وكذلك منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD بموضوع التجارة الإلكترونية.
34- مثلاً التوجيه الأوربي الصادر 1997 المتعلق بحماية المستهلك في العقود عن بُعد.

35- القانون الأمريكي (قانون المعاملات الإلكترونية الموحد) لعام 1999.
- قانون سنغافورة المتعلق بالتجارة الإلكترونية لعام 1999.
- القانون التونسي رقم 83 لعام 2000 بشأن المبادلات والتجارة الإلكترونية.
- القانون الأدرني رقم 85 لعام 2001 بشأن المعاملات الإلكترونية.
- قانون إمارة دبي رقم 2 لعام 2002 بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية.
36- أحمد فتحي عبد الرحيم ، البيع بالمزاد العلني عبر الإنترنت ، محاضرة ألقيب ضمن احتفالات جامعة في عيدها الذهبي على مدرج كلية الحقوق بحلب في 2008/3/27.
37- انظر ، عدنان برانبو ، انتبه ... فالنقر يعني الالتزام ، مرجع سابق ص 674 وما بعد.
38- انظر ، أحمد فتحي عبد الرحيم ، المرجع السابق ، ص 2 وما بعد.
39- Art. 1095 L.321-3: " le fait de proposer , enagissant come mandat de propriétaire , un bien aux enchères publiques à distance par voi électronique pour l'adjuger au mieux – disant des encherisseurs contitus une vente aux enchères publiques au sens de présent chapitre ''.
40- كنجو كنجو وأيمن شيحا ومروان رشيد ، الأسواق المالية ، منشورات كلية الإقتصاد في جامعة حلب ، 2005 ، ص 436.
41- كنجو كنجو وآخرون ، نفس المرجع ، ص 439 وما بعد.
42- عزة حمد الحاج سليمان ، النظام القانوني للمصارف الإلكترونية (الشيك – الصورة) ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ط 1 ، 2005 ، ص 10.
43- جمال نادر ، مرجع سابق ، ص 50 وما بعد.
44- أول مصرف افتراضي على شبكة الإنترنت كان Net Bank الذي أسس عام 1995 وعنوانه www.netbank.com وبلغت الزيادة والنمو في أعماله عام 2005 (717 %) انظر ، جمال نادر ، مرجع سابق ، ص 62.
45- جعفر الجزار ، العمليات البنكية (مبسطة ومفصلة)،دار النفائس، بيروت،ط1 ، 1996 ، ص 98 وما بعد.
46- Jean-Lois RIVES-LANGE et Monique CONTAMINE-RAYNAUD Droit bancaire, Dalloz, Paris, 6 ^{é}. éd. 1995, P329 et suiv.
47- انظر ، عبد الرزاق جاجان ، العمل التجاري: تجارية العمل ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص ، كلية الحقوق والعلوم ، جامعة تونس III ، 1999 ، ص 291 وما بعد.
48- عزة حمد الحاج سليمان ، مرجع سابق ، ص 12 وما بعد.
49- هيام الجرد ، قانون التحكيم التجاري الدولي ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ط 1 ، 2008 ، ص 6 وما بعد.
50- هيام الجرد ، نفس المرجع ، ص 87 وما بعد.
51- جمال نادر ، مرجع سابق ، ص 78.